

7. Apeliantės nuomone, Bendrojo Teismo nustatytos su DARJEELING susijusios savybės gali būti perduotos ir tokioms paslaugoms, kaip verslo konsultacijos ar telekomunikacijų paslaugos, ir šiuo atžvilgiu gali padidinti ginčijamo prekių ženklo patrauklumą. Apeliantė taip pat nurodo, kad Bendrasis Teismas savo sprendime nepateikė jokių pagrįstų motyvų dėl to, kodėl su prekių ženklu DARJEELING siejamos savybės negali būti perduotos prie 35 ir 38 klasių priskirtoms paslaugoms, o tai savaime yra teisės klaida.

<sup>(1)</sup> 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 78, p. 1).

<sup>(2)</sup> 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų (OL L 343, p. 1).

**2015 m. gruodžio 15 d. *The Tea Board* pateiktas apeliacinis skundas dėl 2015 m. spalio 2 d. Bendrojo Teismo (aštuntoji kolegija) priimto sprendimo byloje T-625/13, *The Tea Board/Vidaus rinkos derinimo tarnyba (prekių ženkams ir pramoniniam dizainui)***

**(Byla C-674/15 P)**

(2016/C 106/16)

Proceso kalba: anglų

### Šalys

Apeliantė: *The Tea Board*, atstovaujama advokatų M. C. Maier, A. Nordemann

Kitos proceso šalys: Vidaus rinkos derinimo tarnyba (prekių ženkams ir pramoniniam dizainui), *Delta Lingerie*

### Apeliantės reikalavimai

Apeliantė Teisingumo Teismo prašo:

- panaikinti skundžiamą 2015 m. spalio 2 d. Bendrojo Teismo sprendimą byloje T-625/13 tiek, kiek juo Bendrasis Teismas atmetė ieškinį, kiek tai susiję su šiomis paslaugomis, priskiriamomis prie 35 ir 38 klasių, kurioms skirtas prašomas įregistruoti prekių ženklas:

*Mažmeninės prekybos vietų ir mažmeninės prekybos centrų kūrimo ir eksploatacijos, ir reklamos verslo konsultacijos; pardavimų skatinimas (tretiesiems asmenims), reklama, verslo vadyba, verslo administravimas, tiesioginė reklama kompiuteriniame tinkle, reklaminės medžiagos (proklamacijų, prospektų, nemokamų laikraščių, pavyzdžių) platinimas, laikraščių prenumeratos paslaugos tretiesiems asmenims; verslo informacija ar apklausos; renginių ir parodų organizavimas komercijos ar reklamos reikmėms, reklamos vadyba, reklaminio ploto nuoma, radijo, televizijos reklama, rėmimas reklamos tikslais (35 klasė).*

*Telekomunikacijos, pranešimų ir vaizdų perdavimas kompiuteriu, interaktyvios teletransliacijos paslaugos siekiant pristatyti produktus, kompiuterių terminalų komunikaciniai ryšiai, uždarų ir atvirų pasaulinių kompiuterinių tinklų ryšiai (38 klasė).*

- prireikus grąžinti bylą nagrinėti Bendrajam Teismui,

- priteisti iš atsakovės bylinėjimosi išlaidas.

### Apelacinio skundo pagrindai ir pagrindiniai argumentai

1. Apeliaciniu skundu prašoma iš dalies panaikinti 2015 m. spalio 2 d. Bendrojo Teismo sprendimą byloje T-625/13 tiek, kiek Bendrasis Teismas atmetė ieškinį, kiek tai susiję su paslaugomis, priskirtomis prie 35 ir 38 klasių, kurioms skirtas ginčijamas prekių ženklas.
2. Apeliacinis skundas grindžiamas dviem pagrindais: Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo <sup>(1)</sup> 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu ir šio reglamento 8 straipsnio 5 dalies pažeidimu.

3. Apeliantė laikosi nuomonės, kad pagrindinė Bendrijos kolektyvinio prekių ženklo, kuris pagal Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo 66 straipsnio 2 dalį yra nuoroda, skirta juo žymimų prekių geografinei kilmei nurodyti, funkcija yra ne nurodyti komercinę kilmę, bet tik užtikrinti kolektyvinę siūlomų ar parduodamų prekių arba paslaugų, pažymėtų prekių ženklu, kilmę, t. y. užtikrinti, kad prekės gaunamos iš įmonės, kurios buveinė yra geografiniame regione, patvirtintame kaip Bendrijos kolektyvinis prekių ženklas, ir kuri turi teisę naudoti Bendrijos kolektyvinį prekių ženklą.
4. Taigi, apeliantės nuomone, turi būti konstatuota, kad pagal Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo 8 straipsnio 1 dalies b punktą į geografinę kilmę reikia atsižvelgti kaip į svarbų veiksnių, vertinant atitinkamų prekių ir (arba) paslaugų panašumą ir (arba) atliekant visapusią galimybės supainioti vertinimą.
5. Todėl, lyginant ankstesniu Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo 66 straipsnio 2 dalyje numatytu Bendrijos kolektyviniu ženklu, kuris yra geografinė nuoroda, pažymėtas prekes ir (arba) paslaugas su Bendrijos individualiu prekių ženklu pažymėtomis prekėmis, apeliantės nuomone, tai, ar atitinkamos prekės ir paslaugos yra panašios pagal savo rūšį, paskirtį, galutinį vartotoją ir platinimo kanalus, nėra lemiamas veiksnys. Verčiau reikėtų atsakyti į klausimą, ar atitinkamos prekės ir (arba) paslaugos gali būti tos pačios geografinės kilmės.
6. Apeliantės pateiktas Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo 66 straipsnio 2 dalies aiškinimas pagrįstas:
  - 1) Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo vidine logika, ypač tuo, kad
    - i. Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo 66 straipsnio 2 dalis yra šio reglamento išimtis, nes pagal jo 7 straipsnio 1 dalies c punktą neregistruojami prekių ženklai, sudaryti tik iš žymenų arba nuorodų, kurie prekyboje gali būti naudojami prekių arba paslaugų teikimo geografinei kilmei žymėti,
    - ii. pagal Reglamento dėl Bendrijos prekių ženklo 67 straipsnio 2 dalį Bendrijos kolektyvinio prekių ženklo, kuris yra geografinė nuoroda, naudojimą reglamentuojančiose taisyklėse privaloma leisti *kiekvienam* asmeniui, kurio prekės arba paslaugos yra kilusios iš aptariamąs geografinės vietovės, tapti asociacijos, kuri yra ženklo savininkė, nariu, taigi Bendrijos kolektyvinis prekių ženklas, kuris yra geografinė nuoroda, *niekada* neleidžia atskirti asociacijos, kuri yra prekių ženklo savininkė, narių prekių ar paslaugų nuo kitų įmonių prekių ar paslaugų.
  - 2) Šios nuostatos aiškinimu, atsižvelgiant į Reglamentą Nr. 1151/2012 <sup>(2)</sup> ir Sutartį dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba, pagal kurią geografinėms nuorodoms turėtų būti suteikiama aukšto lygio apsauga ir pristatant prekę turėtų būti draudžiama nurodyti ar leisti suprasti, kad aptariamąs prekės kilmė – kita geografinė sritis, o ne tikroji kilmės vieta, ir taip klaidinti visuomenę dėl prekės *geografinės kilmės*.
7. Apeliantės nuomone, Bendrojo Teismo nustatytos su DARJEELING susijusios savybės gali būti perduotos ir tokioms paslaugoms, kaip verslo konsultacijos ar telekomunikacijų paslaugos, ir šiuo atžvilgiu gali padidinti ginčijamo prekių ženklo patrauklumą. Apeliantė taip pat nurodo, kad Bendrasis Teismas savo sprendime nepateikė jokių pagrįstų motyvų dėl to, kodėl su prekių ženklu DARJEELING siejamos savybės negali būti perduotos prie 35 ir 38 klasių priskirtoms paslaugoms, o tai savaime yra teisės klaida.

<sup>(1)</sup> 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 78, p. 1).

<sup>(2)</sup> 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų (OL L 343, p. 1).